



- Umsatzwachstum von 18% auf 131,2 Mio. Euro
- Umsatzanteil der Flachdisplays steigt von 22% auf 72%
- Operativer Halbjahresverlust um 13,7 Mio. Euro auf 2,8 Mio. Euro reduziert
- Restrukturierung planmäßig fortgeführt

KONZERNBERICHT 1. HALBJAHR DES GESCHÄFTSJAHRES 2005

**LOEWE.**

*Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,*

der kontinuierliche Aufwärtstrend der letzten Monate hält an – Loewe wächst weiter. Dank unseres breiten und attraktiven Produktportfolios bei mittel- und großformatigen LCD- und Plasma-TVs können wir vom dynamischen Wachstum der neuen Displaytechnologien in Deutschland und Europa verstärkt profitieren und somit den Rückgang des Marktvolumens bei Bildröhrengeräten im Premiumsegment überkompensieren. Loewe konnte durch die umfassende Produktoffensive bei Flachdisplays den Marktanteil bei LCD-Geräten im europäischen Fachhandel umsatzmäßig von 1,0% im Dezember 2003 bis Mai 2004 auf 4,4% im Dezember 2004 bis Mai 2005 signifikant steigern.

Der Umsatz des Loewe Konzerns hat vor diesem Hintergrund und aufgrund der relativ schwachen Vorjahreszahlen im ersten Halbjahr 2005 gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 18% auf 131,2 Mio. Euro zugelegt. Diese positive Entwicklung wurde durch hohe Wachstumsraten gerade im zweiten Quartal begünstigt. In diesem Zeitraum wurde der Umsatz im Vorjahresvergleich um 24% gesteigert. Hauptursache für das anhaltende Wachstum sind die überproportional gestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten. Entsprechend erhöhte sich im ersten Halbjahr 2005 der Umsatzanteil der Flachdisplay-TVs am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten auf 72%, nach nur 22% im Vorjahreszeitraum.

Wie geplant konnte der operative Verlust im ersten Halbjahr 2005 weiter deutlich verringert werden. Die gestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten, ein verbesserter Produktmix sowie die weiter reduzierte Kostenbasis führten zu einem EBIT von –2,8 Mio. Euro nach –16,5 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Im zweiten Quartal 2005 konnte gegenüber dem Verlust von 9,3 Mio. Euro im Vorjahresquartal das EBIT auf –0,9 Mio. Euro verbessert werden.

Produktseitig ergänzte Loewe im zweiten Quartal mit der Einführung der attraktiven Einstiegsmodelle Concept L 32 und Concept L 26 mit integrierter Elektronik sein Produktportfolio im LCD-Bereich. Wie alle neuen Loewe LCD-Fernsehgeräte mit einer Bild diagonale ab 26" können auch die beiden neuen TV-Geräte die hervorragende Bildqualität von „High Definition Television“ (HDTV) darstellen und tragen deshalb das europäische Gütezeichen „HD ready“.

Das Highlight des zweiten Quartals waren große Pre-IFA-Veranstaltungen im Vorfeld der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in Berlin. Rechtzeitig vor Beginn der wichtigsten Leistungsschau der Branche im September haben wir nationalen und internationalen Medienvertretern ein neuartiges Fernseher-Konzept präsentiert: Loewe Individual. Mit der neuen LCD-Produktlinie „Individual“ definiert Loewe Flat-TV völlig neu. Wir bieten als erstes Unternehmen höchst individuelle Fernsehgeräte an, die auf Wunsch sowohl in der technischen Ausstattung als auch den vielfältigen Aufstellmöglichkeiten, Materialien und Farben persönlich konfiguriert werden können. Bei Loewe



**Dr. Rainer Hecker**

Dipl.-Wirtschaftsingenieur  
Vorsitzender des Vorstands



**Dr. Burkhard Bamberger**

Dipl.-Kaufmann  
Vorstand Finanzen



**Gerhard Schaas**

Dipl.-Ingenieur  
Vorstand Technik

Individual ist bereits das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) und der digitale Empfang über Kabel (DVB-C) in die Geräte integriert – und das ist weltweit einzigartig. Eine Aufrüstung mit einem digitalen Satellitentuner (DVB-S) ist ebenfalls problemlos möglich – und alles ist komfortabel mit nur einer Fernbedienung zu nutzen. Mit „Individual“ bestätigt Loewe seine führende Rolle im Premiumsegment der Consumer Electronics und erweist sich einmal mehr als Trendsetter und Impulsgeber der Branche.

Im zweiten Halbjahr 2005 wird die bereits angekündigte Produktion von mittel- und großformatigen LCD-Fernsehgeräten unter dem Markennamen Sharp am Loewe Standort in Kronach gestartet. Durch diese engere Zusammenarbeit mit Sharp können wir neben den bereits laufenden Entwicklungsprojekten auch im Produktionsbereich im laufenden Geschäftsjahr zusätzliche Umsätze generieren, die einen positiven Ergebnisbeitrag ermöglichen.

Der Markt für Unterhaltungselektronik wird vor allem mit neuen, digitalen Technologien wachsen. Die Internationale Funkausstellung im September ist dafür der attraktivste Marktplatz und Auftakt für das Weihnachtsgeschäft 2005. Die sich anschließenden Olympischen Winterspiele in Turin und die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland im Sommer nächsten Jahres werden weitere Nachfrageimpulse – vor allem im Fernseher- und Heimkinobereich – geben. Die Weichen dazu werden jetzt gestellt.

Trotz des anhaltend starken Preisverfalls erwarten wir mit der steigenden Bedeutung der Marke und der Fortsetzung unserer Produktoffensive im zweiten Halbjahr eine weitere Aufwärtsentwicklung bei Loewe.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker  
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

## IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\*

in Mio. Euro	2. Quartal 2005	2. Quartal 2004	± in %	1. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2004	± in %
Umsatz	66,9	53,8	24	131,2	111,3	18
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	- 0,9	- 9,3		- 2,8	- 16,5	
Fehlbetrag nach Anteilen Dritter	- 1,3	- 6,2		- 4,0	- 10,6	
Ergebnis je Aktie in Euro**	- 0,12	- 0,79		- 0,38	- 1,35	
Freier Cashflow	- 2,0	- 10		9,1	0,8	
Anzahl Mitarbeiter	927	1.052	- 12	943	1.081	- 13

\* Alle Angaben beziehen sich auf den fortzuführenden Geschäftsbereich.

Die Konzern-Zwischenabschlüsse und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 entsprechen den IFRS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

\*\* bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 10.407.383 Stück (Vorjahr 7.176.600 Aktien)

### Umsatz steigt im ersten Halbjahr um 18% auf 131,2 Mio. Euro

Der im Vergleich zum Vorjahr um 62,8 Mio. Euro gestiegene Umsatz mit Flachdisplaygeräten konnte den Rückgang von 42,1 Mio. Euro bei Röhrengeräten deutlich überkompensieren. Das dynamische Marktwachstum bei Flachdisplaygeräten und der durch die Produktoffensive deutlich gesteigerte Marktanteil von Loewe ermöglichten in diesem Marktsegment eine Vervierfachung der Umsätze auf 83,0 Mio. Euro. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flachbildgeräte auf 72 % angestiegen.

### Verluste auf 2,8 Mio. Euro weiter reduziert

Nach einem EBIT von -16,5 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres ergab sich im ersten Halbjahr 2005 ein EBIT von -2,8 Mio. Euro. Im zweiten Quartal 2005 konnte gegenüber dem Verlust von 9,3 Mio. Euro im Vorjahresquartal das EBIT auf -0,9 Mio. Euro verbessert werden. Dies ist hauptsächlich auf das höhere Umsatz- und Produktionsvolumen, den besseren Produktmix und die reduzierte Kostenbasis zurückzuführen. Der Fehlbetrag nach Anteilen Dritter beträgt 4,0 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie -0,38 Euro.

### Positiver Freier Cashflow von 9,1 Mio. Euro

Der im Vorjahresvergleich deutlich verbesserte Cashflow ist vornehmlich auf den geringeren Verlust und das reduzierte Working Capital zurückzuführen. Zusammen mit dem Mittelzufluss aus der Kapitalerhöhung konnten die kurzfristigen Bankschulden von 25,5 Mio. Euro am Jahresanfang auf 0,7 Mio. Euro zum 30. Juni 2005 abgebaut werden.

### Planmäßige Umsetzung des Restrukturierungsprogramms, Mitarbeiterzahl sinkt auf 927 Beschäftigte

Sowohl die Produktoffensive als auch die Kostensenkung in allen Bereichen wurden im ersten Halbjahr 2005 konsequent weitergeführt. Die bereits in 2004 definierten und eingeleiteten Personalmaßnahmen reduzierten den Personalbestand zum Ende des zweiten Quartals auf 927 Personen. Gegenüber dem 30. Juni 2004 ist die Mitarbeiterzahl um 125 Personen planmäßig gesunken.

## BESCHLEUNIGTES MARKTWACHSTUM, WEITERHIN SCHNELLE PREISEROSION

Der Markt für Fernsehgeräte in Europa ist im Zeitraum Dezember 2004 bis Mai 2005 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 14% auf 14,1 Mio. Geräte gewachsen\*. Dies ist auf die stark gestiegene

Marktakzeptanz der im Vorjahresvergleich deutlich günstigeren Preise für Flachdisplaygeräte zurückzuführen. Im Zeitraum Dezember 2004 bis Mai 2005 wurden in Europa 2,3 Mio. LCD-TVs und 0,5 Mio. Plasma-TVs verkauft. Dies entspricht mehr als einer Verdreifachung gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dagegen liegt die Anzahl der verkauften Bildröhrengeräte trotz deutlich rückläufiger Preise mit 11,1 Mio. Geräten leicht unter dem Vorjahresniveau.

Im Durchschnitt sind die Preise für Bildröhrengeräte um 24% geringer als im Vorjahreszeitraum und betragen nur noch knapp 300 Euro pro Gerät. Noch stärker gesunken sind die vergleichsweise hohen Preise für LCD-TVs, die bei großformatigen Geräten ab 26" Bilddiagonale um 40% und bei kleinformatischen Geräten um 24% unter den Vorjahresvergleichswerten liegen. Durch den höheren Anteil der teureren, großformatigen LCD-Geräte, die im Schnitt knapp 2.100 Euro kosteten, liegt der durchschnittliche Preisrückgang für LCD-Geräte bei nur 16%. Die ausschließlich in großen Bildformaten verfügbaren Plasma-TVs haben sich im Vorjahresvergleich um 41% auf 2.800 Euro verbilligt.

In allen wichtigen Ländern in Europa ist der Markt für TV-Geräte wertmäßig stark gewachsen. Insgesamt ergibt sich für Europa ein um 21% auf 7,6 Mrd. Euro gestiegenes Marktvolumen. Der preisgetriebene Absatzrückgang bei Bildröhrengeräten von 25% wurde durch das hohe Mengenwachstum bei den Flachdisplaygeräten mehr als ausgeglichen. Hierdurch ist der wertmäßige Anteil der Bildröhrengeräte am Gesamtmarkt von 70% im Vorjahreszeitraum auf 43% gesunken.

Der wertmäßige Marktanteil von Loewe in Europa liegt mit 3,9% um 0,3 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Dies ist auf den auf 5,2% gesunkenen Marktanteil von Loewe bei Bildröhren-TVs zurückzuführen, da diese Geräte als Premiumprodukte nicht mehr nachgefragt werden. Dagegen konnte Loewe bei großformatigen LCD-TVs den Marktanteil in Europa von 1,0% auf 4,2% steigern. Bei Plasma-TVs stieg der Loewe Marktanteil nur leicht auf 1,4%.

## UMSATZSTEIGERUNG VON 18% IM ERSTEN HALBJAHR

Im ersten Halbjahr 2005 stieg der Loewe Umsatz um 18% auf 131,2 Mio. Euro. Die um 62,8 Mio. Euro gestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten konnten den Rückgang von 42,1 Mio. Euro bei Röhrengeräten deutlich überkompensieren. Begünstigt wurde diese Entwicklung durch die hohen Wachstumsraten im zweiten Quartal 2005. In diesem Zeitraum wurde der Umsatz im Vorjahresvergleich um 24% gesteigert. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Geschäftsvolumen im zweiten Quartal 2004 sehr niedrig war.

### Umsatzstruktur nach Produktbereichen

in Mio. Euro	2. Quartal 2005	2. Quartal 2004	± in %	1. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2004	± in %
Fernsehgeräte	58,9	45,9	28	114,7	94,0	22
DVD-Player	1,8	0,5	260	3,8	1,3	192
Videorecorder	0,2	0,4	- 50	0,5	1,0	- 50
Hi-Fi	0,5	0,5	0	1,3	1,3	0
Zubehör und sonstige Erlöse	5,5	6,5	- 15	10,9	13,7	- 20
<b>Gesamt</b>	<b><u>66,9</u></b>	<b><u>53,8</u></b>	<b><u>24</u></b>	<b><u>131,2</u></b>	<b><u>111,3</u></b>	<b><u>18</u></b>
davon: Inland	31,2	25,8	21	62,2	57,3	9
davon: Ausland	35,7	28,0	28	69,0	54,0	28

\* Alle nachfolgenden Marktdaten beziehen sich auf den europäischen Elektrofach-Einzelhandel im Zeitraum Dezember 2004 bis Mai 2005 und werden von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben.

Der Umsatzrückgang bei Röhrengeräten hat sich im zweiten Quartal 2005 beschleunigt. Da Röhrengeräte fast ausschließlich preisaggressiv vermarktet werden, ist die Umsetzung der Loewe Premiumstrategie in diesem Segment kaum noch möglich. Die Verkäufe konzentrieren sich deshalb sehr stark auf Loewe Produkte in der preislichen Einstiegsklasse. Der Umsatzanteil der Bildröhrengeräte am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten ist auf rund 20% gesunken, nach 75% im Vorjahresquartal.

Das dynamische Marktwachstum bei Flachdisplay-Fernsehgeräten und die Verbreiterung des Produktprogramms von Loewe ermöglichten eine starke Umsatzausweitung. Die im ersten Quartal vorgenommene Markteinführung von zwei Plasma-TV-Geräten im 42"-Format hat eine deutliche Steigerung der Umsätze ermöglicht. Zusätzlich wurden im zweiten Quartal zwei neue LCD-Geräte der Produktfamilie Concept in den Formaten 26" und 32" eingeführt, die mit rund 10 Mio. Euro zum Umsatz beitrugen.

#### Umsatzstruktur Fernsehgeräte

in Mio. Euro	2. Quartal 2005	2. Quartal 2004	± in %	1. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2004	± in %
Bildröhren	12,0	34,3	- 65	31,7	73,8	- 57
Flachdisplay	46,9	11,6	304	83,0	20,2	311
davon: LCD	40,2	9,8	310	68,8	15,8	335
davon: Plasma	6,0	0,9	567	12,8	2,6	392
davon: Rückprojektion	0,7	0,9	- 22	1,4	1,8	- 22
<b>Gesamt</b>	<b><u>58,9</u></b>	<b><u>45,9</u></b>	<b><u>28</u></b>	<b><u>114,7</u></b>	<b><u>94,0</u></b>	<b><u>22</u></b>
Umsatzanteil Bildröhrengeräte	20 %	75 %		28 %	79 %	
Umsatzanteil Flachdisplaygeräte	80 %	25 %		72 %	21 %	

Die Zubehörunsätze sind weiterhin rückläufig, da der gestiegene Anteil von Flachdisplaygeräten die Nachfrage nach Racks und anderen Aufstelllösungen verringerte. Durch die Einführung neuer DVD-Recorder im August 2004 konnten die Umsätze im ersten Halbjahr 2005 auf 3,8 Mio. Euro ausgeweitet werden.

Mit fast 50% Umsatzanteil ist Deutschland weiterhin der wichtigste Absatzmarkt für Loewe. Nach stagnierenden Umsätzen im ersten Quartal 2005 konnten im zweiten Quartal die Umsatzerlöse um fast 5 Mio. Euro gesteigert werden. Somit liegt der Inlandsumsatz im ersten Halbjahr mit 62,2 Mio. Euro um 9% über dem Vorjahreswert. Das Umsatzwachstum im Ausland wurde im ersten Quartal 2005 vor allem von der positiven Entwicklung in Spanien getragen. Im zweiten Quartal sind alle wesentlichen Exportmärkte am Umsatzwachstum beteiligt. Neben dem attraktiven Marktwachstum von rund 20% in allen wesentlichen Märkten wirkt sich die Ausweitung des Loewe Marktanteils bei LCD-TV-Geräten besonders positiv aus.

#### WEITERE EBIT-VERBESSERUNG, VERLUST SINKT AUF 2,8 MIO. EURO

Nach einem EBIT von -16,5 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres ergab sich im ersten Halbjahr 2005 ein EBIT von -2,8 Mio. Euro im fortzuführenden Geschäftsbereich. Das negative EBIT von 0,9 Mio. Euro im zweiten Quartal 2005 konnte gegenüber dem Verlust von 9,3 Mio. Euro im Vorjahresquartal deutlich verbessert werden. Gegenüber dem ersten Quartal 2005 konnte der Verlust halbiert werden.

Die Ergebnisverbesserung ist hauptsächlich auf das höhere Umsatz- und Produktionsvolumen, den besseren Produktmix und die reduzierte Kostenbasis zurückzuführen. Die wesentlichen Kostensenkungen im ersten Halbjahr betreffen die Personalkosten (4,1 Mio. Euro) und Werbeaufwendungen (2,3 Mio. Euro).

Das Bruttoergebnis hat sich im ersten Halbjahr 2005 um 9,2 Mio. Euro auf 26,9 Mio. Euro verbessert. Neben dem um 18% gestiegenen Geschäftsvolumen hat sich der höhere Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte und die Kostenentlastung aus der Entwicklungskooperation mit Sharp positiv auf die Bruttomarge ausgewirkt. Sie ist gegenüber dem Vorjahresvergleichswert von 15,9% auf 20,5% gestiegen.

Die Marketing- und Vertriebskosten wurden im Vorjahresvergleich um 5,8 Mio. Euro auf 24,7 Mio. Euro reduziert. Die wesentlichen Einsparungen betreffen mit 2,3 Mio. Euro den Werbeetat, rund 1,5 Mio. Euro entfallen auf Kostensenkungen in der Vertriebs- und Marketingorganisation. Darüber hinaus war das erste Quartal 2004 von einem negativen Sondereffekt betroffen, da Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 1 Mio. Euro wertberichtigt werden mussten.

Die Allgemeinen Verwaltungskosten von 3,7 Mio. Euro konnten durch die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen um 0,5 Mio. Euro unter den Vorjahreswert gesenkt werden, so dass sich ihr Anteil um 1 Prozentpunkt auf 2,8% vom Umsatz ermäßigt hat.

Das Sonstige betriebliche Ergebnis von -1,3 Mio. Euro im ersten Halbjahr enthält Restrukturierungskosten von 1,2 Mio. Euro. Der Vorjahreswert war durch die Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen in Höhe von 1 Mio. Euro begünstigt.

Der Zinsaufwandsaldo blieb im Vorjahresvergleich unverändert bei 2,4 Mio. Euro. Höhere Einmalzahlungen im Zusammenhang mit erteilten Finanzierungszusagen konnten durch eine geringere Mittelinanspruchnahme kompensiert werden.

## GERINGERE INVESTITIONSAUSGABEN

### Investitionen und Abschreibungen

in Mio. Euro	1. Halbjahr 2005		1. Halbjahr 2004	
	Investition	Abschreibung	Investition	Abschreibung
Immaterielle Vermögensgegenstände	3,5	3,7	3,6	4,3
Sachanlagen	3,0	6,5	3,4	6,8
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,2	0,0
<b>Gesamt</b>	<b><u>6,5</u></b>	<b><u>10,2</u></b>	<b><u>7,2</u></b>	<b><u>11,1</u></b>

Die Investitionen des ersten Halbjahres 2005 lagen mit 6,5 Mio. Euro leicht unter den Investitionen des Vorjahreszeitraums. Sie betreffen im Wesentlichen die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (3,3 Mio. Euro) und Werkzeuge für neue Produkte (1,7 Mio. Euro). Der moderate Rückgang der Abschreibungen auf 10,2 Mio. Euro ergab sich vor allem durch geringere aktivierte Entwicklungsleistungen, die sich durch die Entwicklungskostenbeiträge von Sharp reduzierten.

## WEITER VERBESSERTE BILANZSTRUKTUR

### Wesentliche Bilanzpositionen

in Mio. Euro	30. Juni 2005	31. Dez. 2004	30. Juni 2004
Anlagevermögen	47,5	51,2	58,7
Nettoumlaufvermögen	11,9	22,9	22,4
Eigenkapital	31,5	19,4	30,3
Nettobankverbindlichkeiten	9,1	34,1	28,5
Factoring	4,1	27,4	11,6

Im ersten Halbjahr 2005 hat sich die Bilanzstruktur durch die erfolgte Kapitalerhöhung und die Reduzierung des Working Capital weiter verbessert. Die Bankschulden (inklusive langfristiger Kredite) konnten zum 30. Juni 2005 auf 9,1 Mio. Euro reduziert werden. Das Factoringvolumen wurde ebenfalls gesenkt und betrug zum 30. Juni 2005 4,1 Mio. Euro gegenüber 11,6 Mio. Euro ein Jahr zuvor. Das Eigenkapital lag mit 31,5 Mio. Euro leicht über dem Vorjahresniveau. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von knapp 20%.

### Nettoumlaufvermögen

in Mio. Euro	30. Juni 2005	31. Dez. 2004	30. Juni 2004
Vorräte	41,4	36,4	49,5
davon: RHB	17,3	16,5	21,5
davon: Fertige Erzeugnisse	24,1	19,9	28,0
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	52,7	57,9	43,0
Sonstige Rückstellungen	- 39,6	- 43,4	- 38,0
Lieferungsverbindlichkeiten, andere Passiva	- 42,6	- 28,0	- 32,1
<b>Gesamt</b>	<b><u>11,9</u></b>	<b><u>22,9</u></b>	<b><u>22,4</u></b>

Auch zum Halbjahresende bleibt das Nettoumlaufvermögen mit 11,9 Mio. Euro auf einem sehr niedrigen Niveau. Beim Vorratsvermögen erfordert der schnelle Preisrückgang im Absatz- und Beschaffungsmarkt weiterhin eine konsequente Minimierung der Lagermengen. Die Lagerreichweiten haben sich gegenüber dem 31. März 2005 leicht erhöht, befinden sich jedoch im Zielgebiet. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind durch das geringere Factoringvolumen angestiegen. Bereinigt um Factoring hat sich die Forderungslaufzeit im Vorjahresvergleich verkürzt. Stark angestiegen auf 42,6 Mio. Euro sind im Vorjahresvergleich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Dies resultiert aus dem deutlich höheren Anteil der aus Fernost bezogenen LCD- und Plasma-Bildschirme.

## Eigenkapital

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Bilanzverlust	Eigenkapital
<b>Stand am 31. 12. 2004</b>	<b>7,9</b>	<b>11,7</b>	<b>0,0</b>	<b>- 0,2</b>	<b>19,4</b>
Kapitalerhöhung	2,5	13,6			16,1
Fehlbetrag 1. Halbjahr 2005				- 4,0	- 4,0
<b>Stand am 30. 06. 2005</b>	<b><u>10,4</u></b>	<b><u>25,3</u></b>	<b><u>0,0</u></b>	<b><u>- 4,2</u></b>	<b><u>31,5</u></b>

Der Anstieg des Eigenkapitals auf 31,5 Mio. Euro ergibt sich aus der erfolgten Kapitalerhöhung und wurde nur leicht durch den aufgelaufenen Konzernfehlbetrag im ersten Halbjahr 2005 reduziert.

## FREIER CASHFLOW STEIGT AUF 9,1 MIO. EURO

### Cashflow

in Mio. Euro	1. Halbjahr 2005	1. Halbjahr 2004
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	15,6	8,0
Investitionstätigkeit	- 6,5	- 7,2
<b>Freier Cashflow</b>	<b><u>9,1</u></b>	<b><u>0,8</u></b>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	- 0,1	- 3,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	15,9	3,8
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>24,9</u></b>	<b><u>0,7</u></b>

Im fortzuführenden Geschäftsbereich wurde im ersten Halbjahr 2005 ein positiver Freier Cashflow von 9,1 Mio. Euro erwirtschaftet. Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahreswert ist vornehmlich auf den geringeren Verlust zurückzuführen. Die höhere Mittelbindung im Vorratsvermögen, das seit Jahresanfang um 5 Mio. Euro angestiegen ist, konnte durch die Ausweitung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um fast 15 Mio. Euro mehr als kompensiert werden.

Der positive freie Cashflow und der Mittelzufluss aus der Kapitalerhöhung verbesserten den Finanzmittelbestand um 24,9 Mio. Euro. Die kurzfristigen Bankschulden konnten deshalb von 25,5 Mio. Euro am Jahresanfang auf 0,7 Mio. Euro zum 30. Juni 2005 abgebaut werden.

## AUFZUGEBENDER GESCHÄFTSBEREICH USA

Die Abwicklung des aufzugebenden Geschäftsbereiches läuft planmäßig.

### Aufzugebender Geschäftsbereich USA

in Mio. Euro	2. Quartal	2. Quartal	1. Halbjahr	1. Halbjahr
	2005	2004	2005	2004
Umsatz	0,0	1,3	0,0	4,0
Fehlbetrag	0,0	- 4,4	0,0	- 8,1
Freier Cashflow	0,0	- 0,7	- 0,1	- 3,9
Personal (Personen)	0	15	0	15

## ENTWICKLUNG UND PRODUKTION

Im zweiten Quartal 2005 konnte planmäßig eine weitere LCD-Produktfamilie unter dem Familiennamen Concept in Produktion gehen. Die Geräte im 26"- und 32"-Format sind als so genannte „Electronic on Board“-Lösungen mit dem integrierten Chassis L 2600 ausgerüstet. Erweitert wurde die Xelos-Familie um ein 37"-Gerät, ebenfalls mit integrierter Elektronik.

Wie früher bei Bildröhrengeräten bezieht Loewe die in besonderem Preiswettbewerb stehenden kleinen LCD-TVs von OEM-Partnern. Fertig gestellt werden konnte das OEM-Produkt Xelos 22, das aus der Produktion von Sharp kommt und das Produkt Xelos 20, das als „semi-knocked-down“-Produkt von einem weiteren OEM-Partner bezogen und in unserer Fabrik montiert wird.

Planmäßig weitergeführt wurden die Entwicklungs- und Fertigungsvorbereitungsarbeiten für die neue Produktfamilie Loewe Individual einschließlich der zugehörigen Aufstellvarianten.

Die OEM-Gerätelinie GD7 für Sharp wurde bis zur Pilotserienreife fertig gestellt, so dass die Serienproduktion im dritten Quartal anlaufen wird.

Im Bereich der Chassis und Baugruppen konnte die Entwicklung des Chassis L 2650 ebenfalls bis zur Pilotserie fertig gestellt werden. Die wesentlichen Merkmale dieses Chassis sind die Integration der drei DVB-Empfangsarten DVB-T, DVB-C sowie DVB-S und die optionale Ausrüstung mit einem integrierten Hard-Disc-Recorder, der zeitversetztes Fernsehen ermöglicht.

Im Joint Development Center mit Sharp wurde die Entwicklung der Chassis Plattform L 2700, die im Wesentlichen durch den integrierten HDTV-Empfang charakterisiert ist, planmäßig fortgeführt, obwohl in Teilbereichen Verzögerungen wegen Kapazitätsengpässen und verspäteter Fertigstellung von Halbleiterplattformen entstanden sind. Ziel ist nach wie vor, zur IFA 2005 Prototypen präsentieren zu können.

Im Bereich der Vorentwicklung sind die Arbeiten an den geförderten Forschungsprojekten, die sich hauptsächlich auf neue Softwaresysteme und intelligente Bedieneinführungen für Unterhaltungselektronikgeräte konzentrieren, wie geplant fortgesetzt worden.

Im Produktionsbereich wurde die bestehende Endeinbaulinie für Flachdisplayprodukte angepasst, um dem steigenden Kapazitätsbedarf zu entsprechen. Dies erforderte auch in der automatischen Bestückung den Aufbau einer neuen Bestückungslinie, um den höheren Anteil an SMD-Baugruppen wirtschaftlich fertigen zu können.

## MARKETING UND VERTRIEB

Die zentrale Kommunikationsbotschaft zur Marketingaktion im ersten Halbjahr bringt es auf den Punkt. Loewe bietet ein umfassendes Flat-TV-Sortiment, das allen Ansprüchen gerecht wird:

- Zukunftssicher durch die konsequente Ausrichtung auf digitalen Empfang, integriert ins Gerät
- Vielfach ausgezeichnetes Design
- Individualität durch vielfältige Aufstellösungen, Materialien und Farben

So konnten sich die Loewe Produkte überzeugend im Markt durchsetzen, objektiv dokumentiert im deutlich gestiegenen Marktanteil. Markenadäquate Produkte auch im Einstiegssegment, das war Ziel der Produktoffensive im zweiten Quartal 2005. Als preislich attraktiv positionierte Einstiegsprodukte runden der Concept L 32 und der Concept L 26 das Portfolio im Loewe Produktsegment „Life“ ab. Weitere Testsiege und Designauszeichnungen unterstreichen die Führerschaft von Loewe im Premium-Flat-TV-Markt eindrucksvoll.

Die Internationale Funkausstellung in Berlin bildet als wichtigste Leistungsschau der Branche das zentrale Ereignis des dritten Quartals. Innovative, digitale Technologien und hochauflösende Fernseher werden die Messe prägen. Loewe geht noch einen Schritt weiter, denn wirklich Außergewöhnliches schafft nur, wer die Regeln bricht. Auf der diesjährigen IFA präsentieren wir ein völlig neues Fernseher-Konzept. Seine fast grenzenlose Individualität wird den TV-Markt verändern. Umfassende und durchsetzungsstarke Kommunikationsmaßnahmen werden dieses einzigartige Konzept in unterschiedlichen Medien einer breiten Öffentlichkeit präsentieren.

Vertriebsseitig wurde der konsequente Ausbau unserer Distribution fortgesetzt. Die Anzahl der Verkaufspunkte in den Kernmärkten in Europa, insbesondere in Frankreich und Italien, wurde erhöht, eine flächendeckende Präsenz unserer Produkte mit Flachdisplaytechnologie weiter aufgebaut. Darüber hinaus wurde anlässlich eines Treffens mit rund 300 ausgesuchten Top-Händlern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz erstmalig unser IFA-Highlight „Loewe Individual“ präsentiert.

Die Absatzstruktur hat sich durch die hohe Akzeptanz unserer Flat-Produkte beständig verbessert. Einem Rückgang bei Bildröhrengeräten steht ein deutlicher Zuwachs bei Produkten mit Flachdisplaytechnologie gegenüber. Im Bereich unseres Flat-TV-Sortiments konnte durch gezielte Maßnahmen der Anteil der hochwertigen Produkte weiter ausgebaut und unser Produktmix damit verbessert werden.

Für das dritte Quartal gilt es, sich konzentriert auf das wichtigste Ereignis des laufenden Jahres – die IFA in Berlin – vorzubereiten. Nach den bekannt schwächeren Sommermonaten Juli und August ist der September der Start in die Saison. Zur IFA werden Konsumenten und Handelspartner aus der ganzen Welt erwartet. Gemeinsam werden wir die Weichen für das vor uns liegende Saisongeschäft stellen.

## MITARBEITERZAHL SINKT AUF 927 BESCHÄFTIGTE

Der Rückgang der Mitarbeiterzahlen resultiert aus dem Mitte 2003 eingeleiteten Restrukturierungsprogramm. Zum 1. Januar 2005 waren bei Loewe noch 995 Personen beschäftigt. Die bereits in 2004 definierten und eingeleiteten Personalmaßnahmen reduzierten den Personalbestand zum Ende des ersten Quartals 2005 auf 958 Personen und zum Ende des zweiten Quartals auf 927 Personen. Gegenüber dem 30. Juni 2004 ist die Mitarbeiterzahl von 1.052 auf 927 Personen gesunken. Der Rückgang um 125 Personen betrifft alle Unternehmensbereiche.

## **RISIKEN DER KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG**

Die wesentlichen Risiken betreffen die anhaltend starke Preiserosion bei Fernsehgeräten, die erfolgreiche Positionierung eines wettbewerbsfähigen Flachdisplay-Sortimentes im Premiumsegment, die Erarbeitung technologischer Differenzierungspotenziale, attraktive Beschaffungskonditionen, eine ausreichende Materialverfügbarkeit, die Sicherstellung der Produktqualität, Risiken im Auslandsgeschäft sowie die Sicherstellung der Finanzierung. Die einzelnen Risiken stehen zum Teil in Wechselbeziehung zueinander und können sich kumulieren.

Der ausführliche Risikobericht ist im Geschäftsbericht für das Jahr 2004 auf den Seiten 39 bis 43 abgedruckt. Grundlegende Veränderungen gegenüber dem Vorjahr haben sich im zweiten Quartal 2005 nicht ergeben.

Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2005 und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 entsprechen den IFRS und sind nach denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

Zum 30. Juni 2005 waren gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2004 unverändert 581.425 Aktien der Loewe AG in den Händen des Vorstands.

## **HAUPTVERSAMMLUNG AM 2. JUNI 2005**

Auf der Hauptversammlung der Loewe AG am 2. Juni 2005 wurden alle Tagesordnungspunkte mit nur wenigen Gegenstimmen verabschiedet. Zur Abstimmung stand unter anderem die Einräumung eines neuen Genehmigten Kapitals, da das bestehende Genehmigte Kapital in 2004 weitgehend aufgebraucht wurde. Darüber hinaus beschloss die Hauptversammlung die Einräumung eines Bedingten Kapitals, um die Voraussetzungen zu schaffen, dass die Gesellschaft auch kurzfristig auf attraktive Finanzierungsalternativen zurückgreifen kann. Zu diesem Tagesordnungspunkt hat die S.a.M. – Schutzvereinigung aktienrechtlicher Minderheitsbeteiligungen e.V. – eine Anfechtungsklage beim Landgericht in Coburg eingereicht.

## **WESENTLICHE EREIGNISSE NACH HALBJAHRESENDE**

Das Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektronikgeräten (ElektroG) verpflichtet die Hersteller, eine Garantie für die Finanzierung der Rücknahme und Entsorgung nachzuweisen. Loewe erfüllt diese gesetzliche Verpflichtung, indem sie gemeinsam mit anderen Herstellern die „Garantiegesellschaft für Geräte der Unterhaltungselektronik GbR mit beschränkter Haftung“ gründen wird. Die gemeinsame Garantie der beteiligten Unternehmen führt bei allen Teilnehmern zu einem erheblich geringeren finanziellen und administrativen Aufwand.

## AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2005

Für das Geschäftsjahr 2005 erwarten wir weiterhin eine leichte Zunahme des Umsatzes mit Loewe Produkten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Wachstumsrate im ersten Halbjahr durch einen vergleichsweise niedrigen Vorjahreswert begünstigt war. Im zweiten Halbjahr werden zusätzlich Umsätze mit Sharp hinzukommen. Aus heutiger Sicht wird der Ende letzten Jahres mit Sharp definierte Zielwert von 50 Mio. Euro aufgrund von Anlaufverschiebungen in 2005 nicht erreicht und dürfte lediglich rund 20 Mio. Euro betragen. Trotzdem erwarten wir weiterhin, dass durch das höhere Geschäftsvolumen und die umgesetzten Restrukturierungsmaßnahmen das Ergebnis im laufenden Geschäftsjahr im Bereich eines ausgeglichenen EBIT liegen wird. Größte Unwägbarkeit und Herausforderung zugleich ist der anhaltend starke Preisverfall bei Fernsehgeräten, dessen weitere Entwicklung im zweiten Halbjahr 2005 schwer abschätzbar ist.

Kronach, den 8. August 2005

Der Vorstand

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

G. Schaas

- **Spheros R 37 Masterpiece**
- 94 cm Bilddiagonale
- Durchgängige Glasfront
- Aufwändige Verarbeitung
- Skulpturaler Charakter



**KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. HALBJAHR 2005**

	April – Juni 2005		April – Juni 2004		Januar – Juni 2005		Januar – Juni 2004	
	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%
Umsatzerlöse*	66,9	100,0	53,8	100,0	131,2	100,0	111,3	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen*	- 53,7	- 80,3	- 47,0	- 87,4	- 104,3	- 79,5	- 93,6	- 84,1
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz*</b>	<b><u>13,2</u></b>	<b><u>19,7</u></b>	<b><u>6,8</u></b>	<b><u>12,6</u></b>	<b><u>26,9</u></b>	<b><u>20,5</u></b>	<b><u>17,7</u></b>	<b><u>15,9</u></b>
Marketing- und Vertriebskosten*	- 12,4	- 18,5	- 14,4	- 26,8	- 24,7	- 18,8	- 30,5	- 27,4
Allgemeine Verwaltungskosten*	- 1,5	- 2,3	- 1,9	- 3,6	- 3,7	- 2,8	- 4,2	- 3,8
Sonstige betriebliche Erträge/ Aufwendungen*	- 0,2	- 0,3	0,2	0,4	- 1,3	- 1,0	0,5	0,4
<b>Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT)*</b>	<b><u>- 0,9</u></b>	<b><u>- 1,4</u></b>	<b><u>- 9,3</u></b>	<b><u>- 17,4</u></b>	<b><u>- 2,8</u></b>	<b><u>- 2,1</u></b>	<b><u>- 16,5</u></b>	<b><u>- 14,9</u></b>
EBIT des aufzugebenden Geschäftsbereiches	0,0	0,0	- 4,4	- 8,2	0,0	0,0	- 8,1	- 7,3
<b>EBIT, Gesamt</b>	<b><u>- 0,9</u></b>	<b><u>- 1,4</u></b>	<b><u>- 13,7</u></b>	<b><u>- 25,6</u></b>	<b><u>- 2,8</u></b>	<b><u>- 2,1</u></b>	<b><u>- 24,6</u></b>	<b><u>- 22,2</u></b>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 1,0	- 1,5	- 1,3	- 2,4	- 2,5	- 1,9	- 2,5	- 2,2
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)</b>	<b><u>- 1,8</u></b>	<b><u>- 2,7</u></b>	<b><u>- 14,9</u></b>	<b><u>- 27,8</u></b>	<b><u>- 5,2</u></b>	<b><u>- 3,9</u></b>	<b><u>- 27,0</u></b>	<b><u>- 24,3</u></b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,6	0,9	4,3	8,0	1,3	1,0	8,3	7,5
Fehlbetrag vor Ergebnisanteilen Dritter	- 1,2	- 1,8	- 10,6	- 19,8	- 3,9	- 2,9	- 18,7	- 16,8
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 0,1	- 0,1	0,0	0,0	- 0,1	- 0,1	0,0	0,0
<b>Konzernfehlbetrag nach Ergebnisanteilen Dritter**</b>	<b><u>- 1,3</u></b>	<b><u>- 1,9</u></b>	<b><u>- 10,6</u></b>	<b><u>- 19,8</u></b>	<b><u>- 4,0</u></b>	<b><u>- 3,0</u></b>	<b><u>- 18,7</u></b>	<b><u>- 16,8</u></b>
<b>** davon: fortzuführender Geschäftsbereich</b>	<b><u>- 1,3</u></b>	<b><u>- 1,9</u></b>	<b><u>- 6,2</u></b>	<b><u>- 11,5</u></b>	<b><u>- 4,0</u></b>	<b><u>- 3,0</u></b>	<b><u>- 10,6</u></b>	<b><u>- 9,5</u></b>
* nur fortzuführender Geschäftsbereich								
Unverwässertes Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich	- 0,12		- 0,79		- 0,38		- 1,35	
Zahl der ausgegebenen Aktien zum 30.06.	10.407.383		7.876.600		10.407.383		7.876.600	

## KONZERNBILANZ 30. JUNI 2005

in Mio. Euro	30. Juni 2005	31. Dez. 2004	30. Juni 2004
<b>Aktiva</b>			
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	5,9	6,1	8,8
Sachanlagen	40,8	44,3	49,2
Finanzanlagen	0,8	0,8	0,7
<b>Anlagevermögen, Gesamt</b>	<b><u>47,5</u></b>	<b><u>51,2</u></b>	<b><u>58,7</u></b>
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	41,4	36,4	49,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	50,4	51,8	39,4
Andere kurzfristige Forderungen	2,3	6,1	3,9
Liquide Mittel	2,2	2,1	2,3
<b>Umlaufvermögen, Gesamt</b>	<b><u>96,3</u></b>	<b><u>96,4</u></b>	<b><u>95,1</u></b>
<b>Latente Steuerforderungen</b>	<b><u>27,0</u></b>	<b><u>24,9</u></b>	<b><u>23,4</u></b>
<b>Vermögenswerte des aufzugebenden Geschäftsbereiches</b>	<b><u>0,0</u></b>	<b><u>0,0</u></b>	<b><u>2,2</u></b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b><u>170,8</u></b>	<b><u>172,5</u></b>	<b><u>179,4</u></b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	10,4	7,9	7,9
Kapitalrücklage	25,3	11,7	41,9
Andere Gewinnrücklagen	0,0	0,0	0,0
Ergebnisvortrag	- 4,2	- 0,2	- 19,5
<b>Eigenkapital, Gesamt</b>	<b><u>31,5</u></b>	<b><u>19,4</u></b>	<b><u>30,3</u></b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b><u>1,1</u></b>	<b><u>1,0</u></b>	<b><u>0,9</u></b>
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	36,0	36,2	27,2
Steuerrückstellungen	7,7	7,3	8,7
Sonstige Rückstellungen	39,6	43,4	38,0
<b>Rückstellungen, Gesamt</b>	<b><u>83,3</u></b>	<b><u>86,9</u></b>	<b><u>73,9</u></b>
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Langfristige Schulden	7,5	10,5	10,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	38,0	21,7	26,2
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	8,4	32,0	34,9
<b>Verbindlichkeiten, Gesamt</b>	<b><u>53,9</u></b>	<b><u>64,2</u></b>	<b><u>71,4</u></b>
<b>Rückstellungen und Verbindlichkeiten des aufzugebenden Geschäftsbereiches</b>	<b><u>1,0</u></b>	<b><u>1,0</u></b>	<b><u>2,9</u></b>
<b>Summe Passiva</b>	<b><u>170,8</u></b>	<b><u>172,5</u></b>	<b><u>179,4</u></b>

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS JUNI 2005/2004

in Mio. Euro	2005	2004
<b>Laufende Geschäftstätigkeit</b>		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	– 5,2	– 19,0
Abschreibungen auf Anlagevermögen	10,2	11,1
Abnahme der Pensionsrückstellungen	– 0,2	0,1
Ertragsteuerzahlungen	– 0,1	– 0,2
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b><u>4,7</u></b>	<b><u>– 8,0</u></b>
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>		
Abnahme der Vorräte	– 5,0	– 6,4
Abnahme der Lieferungsforderungen und anderen Aktiva	5,2	28,6
Abnahme der Sonstigen Rückstellungen	– 3,8	– 9,3
Zunahme (+)/Abnahme (–) der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	14,5	3,1
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b><u>10,9</u></b>	<b><u>16,0</u></b>
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b><u>15,6</u></b>	<b><u>8,0</u></b>
<b>Investitionstätigkeit</b>		
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	– 6,5	– 7,2
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b><u>– 6,5</u></b>	<b><u>– 7,2</u></b>
<b>Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches</b>	<b>9,1</b>	<b>0,8</b>
<b>Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches</b>	<b>– 0,1</b>	<b>– 3,9</b>
<b>Freier Cashflow, Gesamt</b>	<b><u>9,0</u></b>	<b><u>– 3,1</u></b>
<b>Finanzierungstätigkeit</b>		
Abnahme des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	0,0	– 0,2
Kapitalerhöhung	15,9	4,3
Tilgung von Krediten	0,0	– 0,3
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b><u>15,9</u></b>	<b><u>3,8</u></b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>24,9</u></b>	<b><u>0,7</u></b>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	30. Juni 2005	31. Dez. 2004	±
Liquide Mittel	2,2	2,1	0,1
Kurzfristige Bankschulden	– 0,7	– 25,5	24,8
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b><u>1,5</u></b>	<b><u>– 23,4</u></b>	<b><u>24,9</u></b>

## KONTAKTE

Loewe AG  
Industriestraße 11  
D-96317 Kronach

Postfach 1554  
D-96305 Kronach

Investor Relations: +49 (0) 92 61/99-984  
E-Mail: [ir@loewe.de](mailto:ir@loewe.de)  
Telefax: +49 (0) 92 61/99-994

Public Relations: +49 (0) 92 61/99-477  
E-Mail: [presse@loewe.de](mailto:presse@loewe.de)

Customer Care Center: +49 (0) 18 01/22 25 63 93  
E-Mail: [ccc@loewe.de](mailto:ccc@loewe.de)

Telefon Zentrale: +49 (0) 92 61/99-0  
Internet: [www.loewe.de](http://www.loewe.de)

Börsenkürzel: LOE  
Wertpapier-Kenn-Nr.: 649410  
ISIN Code: DE 0006494107

Börsenhandel im Prime Segment

Indizes:  SDAX®  
Classic All share®  
Prime All share  
CDAX®



Industriestraße 11  
D-96317 Kronach  
[www.loewe.de](http://www.loewe.de)

Loewe Aktie:  
Börsenkürzel: LOE  
ISIN Code: DE 0006494107

Telefon: +49 (0) 92 61/99-984  
E-Mail: [ir@loewe.de](mailto:ir@loewe.de)

**LOEWE.**